A MARCA EMPREGADORA EM TEMPOS DE PANDEMIA

Uma pesquisa que revela como as empresas se comportaram em relação à experiência dos candidatos e dos colaboradores durante a crise.

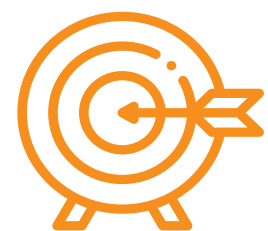
InfoJobs .com.br | Employer Branding .com.br

A MARCA EMPREGADORA EM TEMPOS DE PANDEMIA

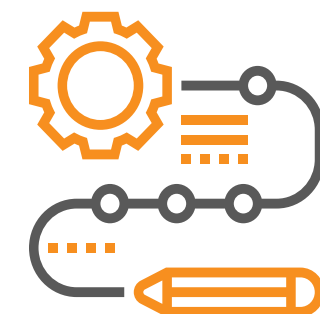
O mercado de trabalho já passou por diversas crises que influenciaram as relações econômicas. A superação destes períodos de queda, fortalece a marca e proporciona a inovação e novas oportunidades de negócios.

Somente as empresas mais estruturadas conseguem passar por uma crise e manter a reputação de sua marca empregadora intacta.

Diante de uma pandemia como estamos passando, é comum empresas tomarem medidas desesperadas sem pensar nos impactos que isso pode causar.

É exatamente neste momento que a gestão da marca empregadora é questionada. Por isso, o Employer Branding Brasil realizou uma pesquisa com mais de 400 profissionais do mercado para entender qual o verdadeiro impacto da pandemia na marca empregadora.

Qual o objetivo da pesquisa?

Identificar fatores internos e externos relacionados à Estratégia de Marca Empregadora e quais são seus impactos diante da pandemia de COVID-19.

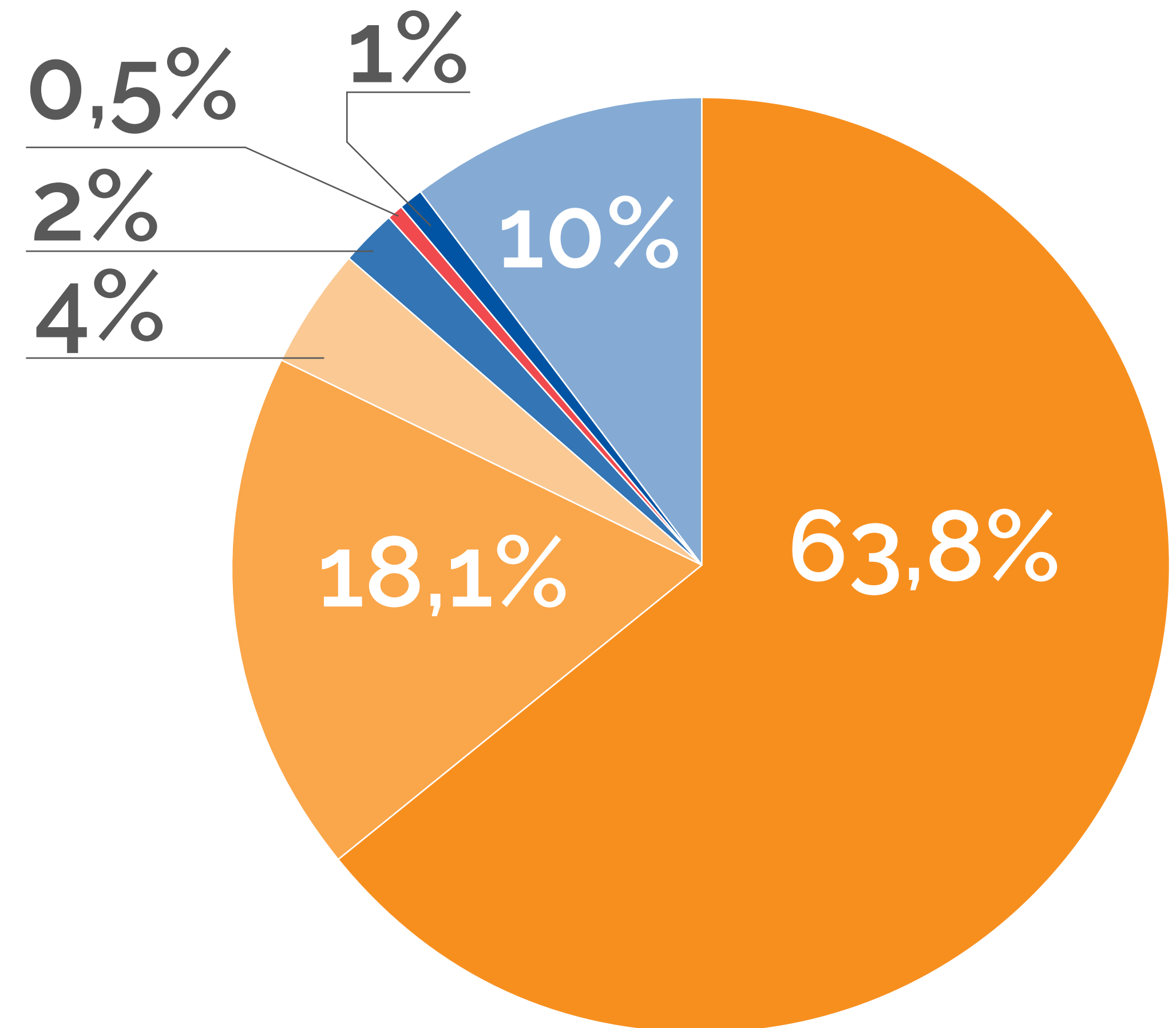
InfoJobs.com.br | Employer Branding.com.br

Metodologia usada na pesquisa.

Pesquisa quantitativa e qualitativa, aberta para todos os profissionais através das redes sociais do Employer Branding Brasil.

PERFIL DO PÚBLICO

InfoJobs .com.br | Employer Branding .com.br

Área de atuação profissional:

- Recursos Humanos
- Comunicação
- Administração
- Marketing
- Outras áreas
- Tecnologia
- Vendas

A MARCA EMPREGADORA EM TEMPOS DE PANDEMIA

De acordo com a pesquisa cerca de **63,8%** declararam ser profissionais de Recursos Humanos, seguido de Comunicação, Marketing e Administração. Dados que reforçam que o departamento de Recursos Humanos ainda é o maior detentor das Estratégias de Marca Empregadora nas empresas no Brasil.

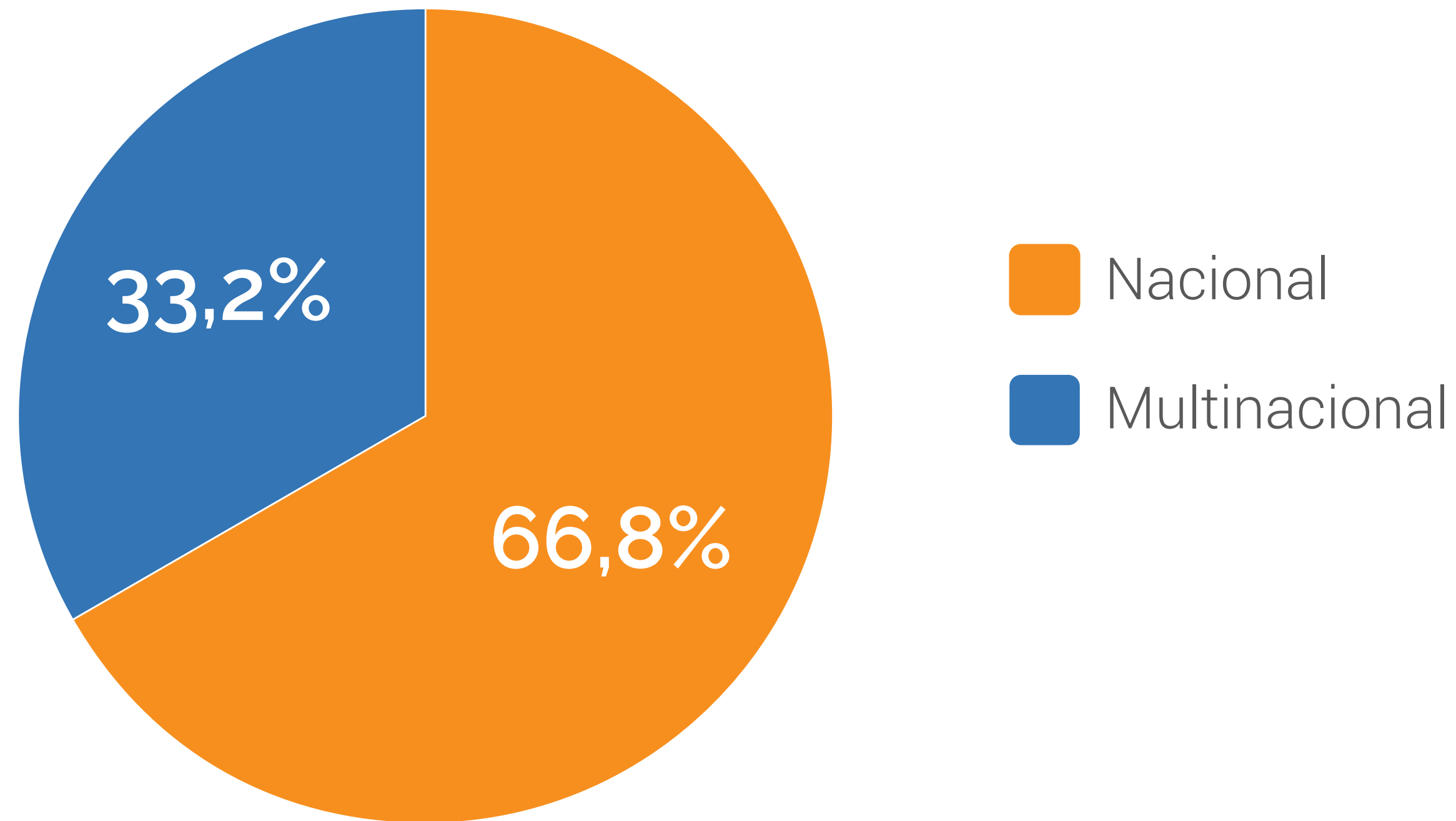
Dentro destes dados os 5 principais segmentos representados na pesquisa são de Tecnologia, Varejo, Serviços, Saúde e Indústria de modo geral.

PERFIL DO PÚBLICO

PERFIL DO PÚBLICO

Qual é o tipo da sua empresa?

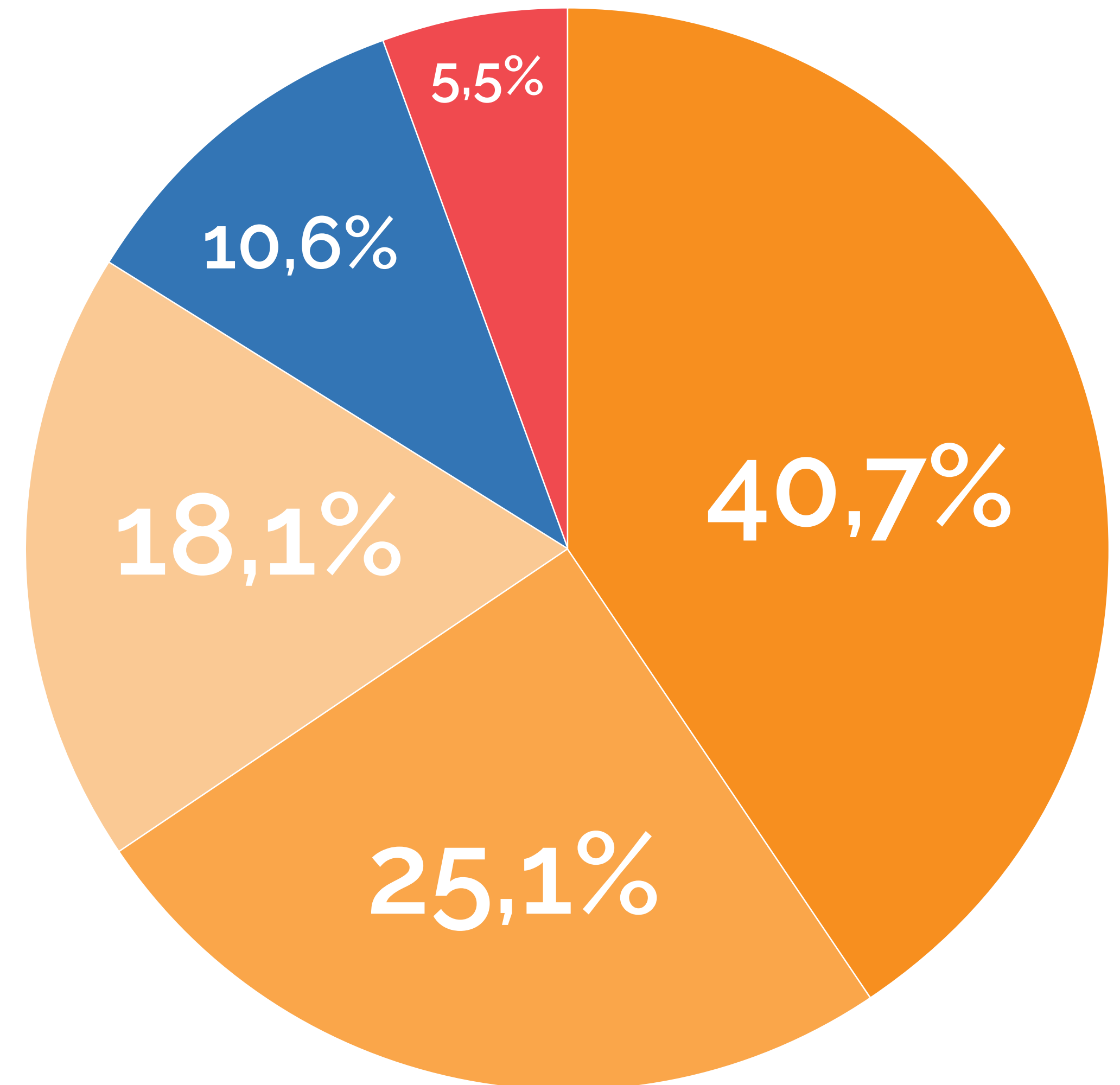
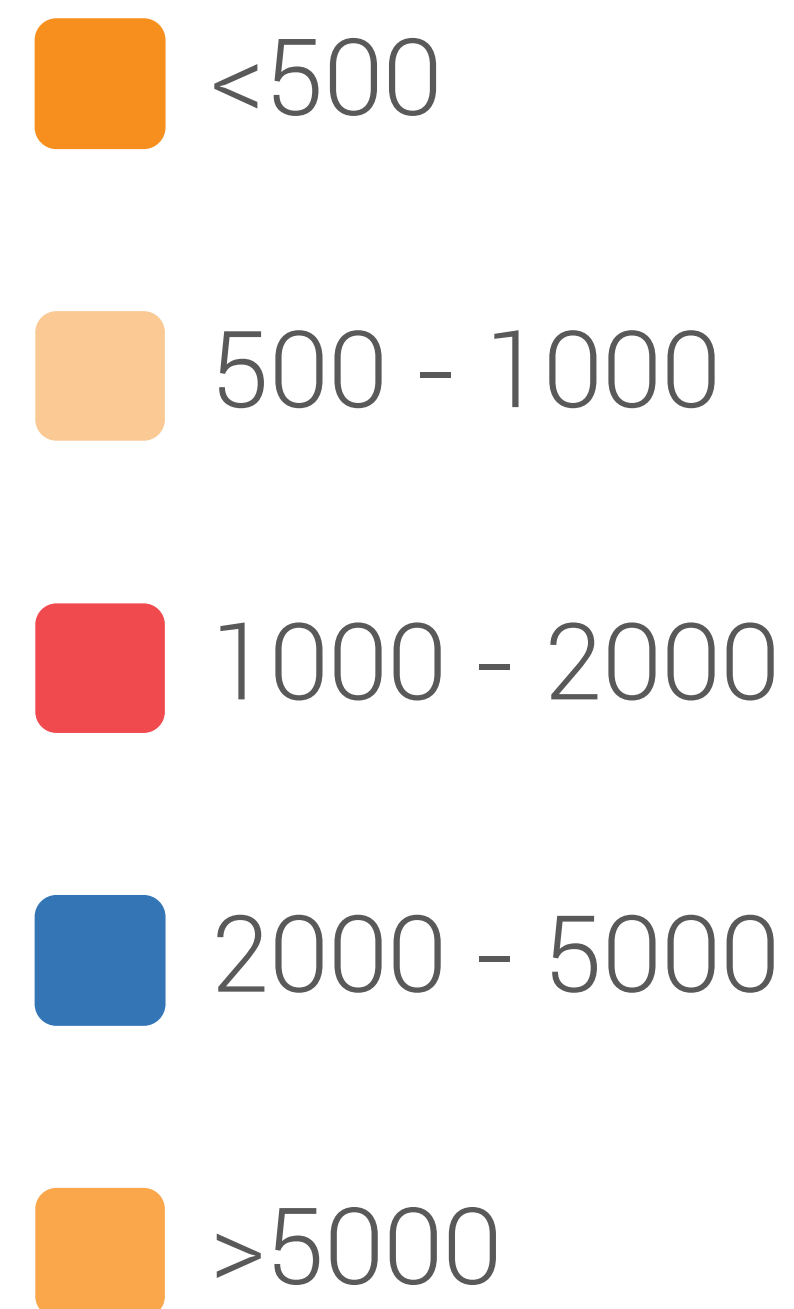
Nacional

Multinacional

66,8% dos participantes responderam fazer parte de empresas nacionais.

Demonstrando o crescente interesse e amadurecimento da área no país.

PERFIL DO PÚBLICO

Quantos funcionários tem na sua empresa?

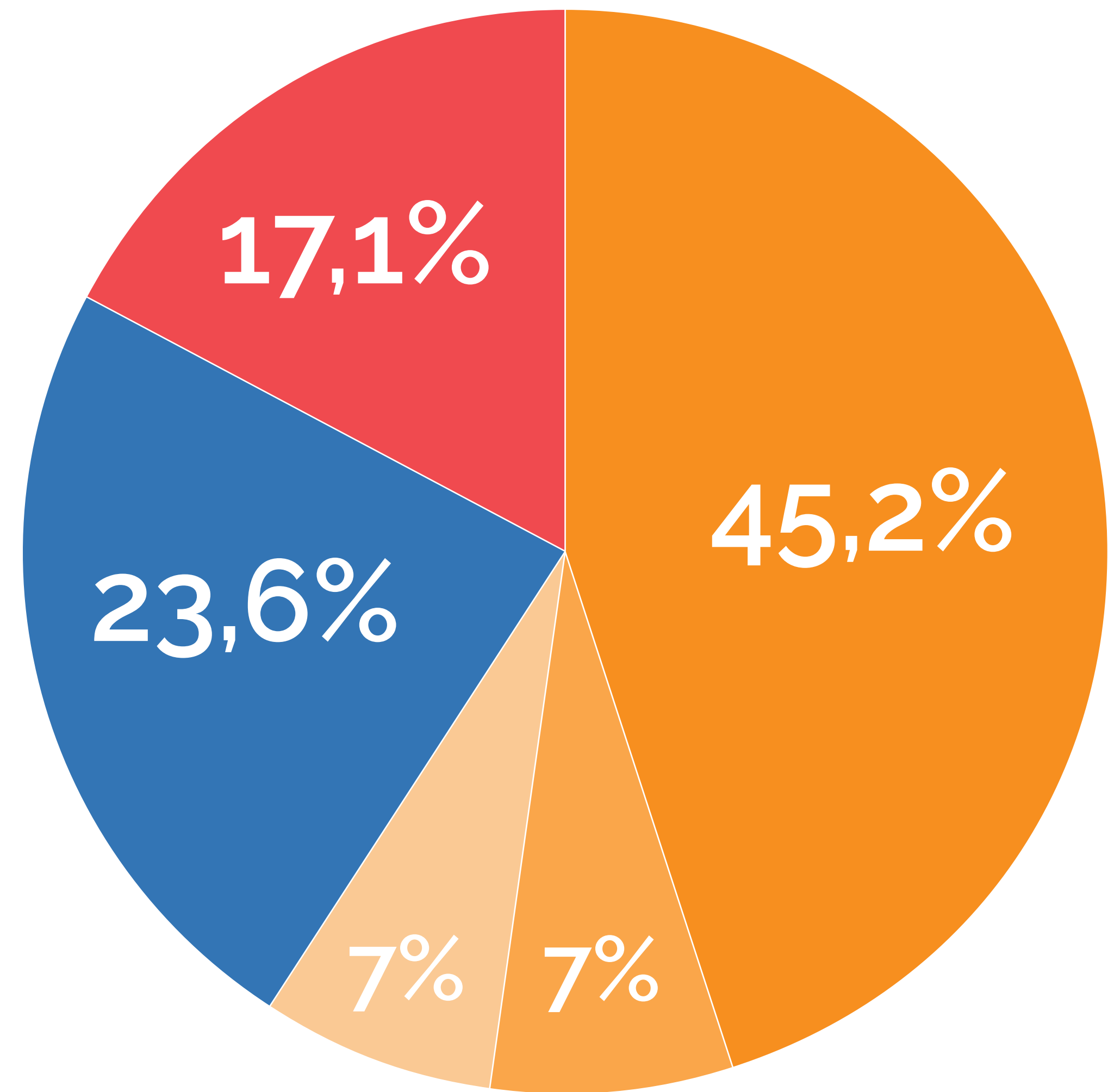
- <500
- 500 - 1000
- 1000 - 2000
- 2000 - 5000
- >5000

PERFIL DO PÚBLICO

Das empresas participantes, **mais de 50%** são de pequeno ou médio porte.

Estes dois últimos dados demonstram o interesse das empresas nacionais e de pequeno e médio porte frente à competitividade das multinacionais de grande porte em seu **posicionamento de marca empregadora para atrair profissionais qualificados**.

IMPACTOS DO COVID -19 EM EMPLOYER BRANDING

Como o seu trabalho foi afetado pelo COVID-19?

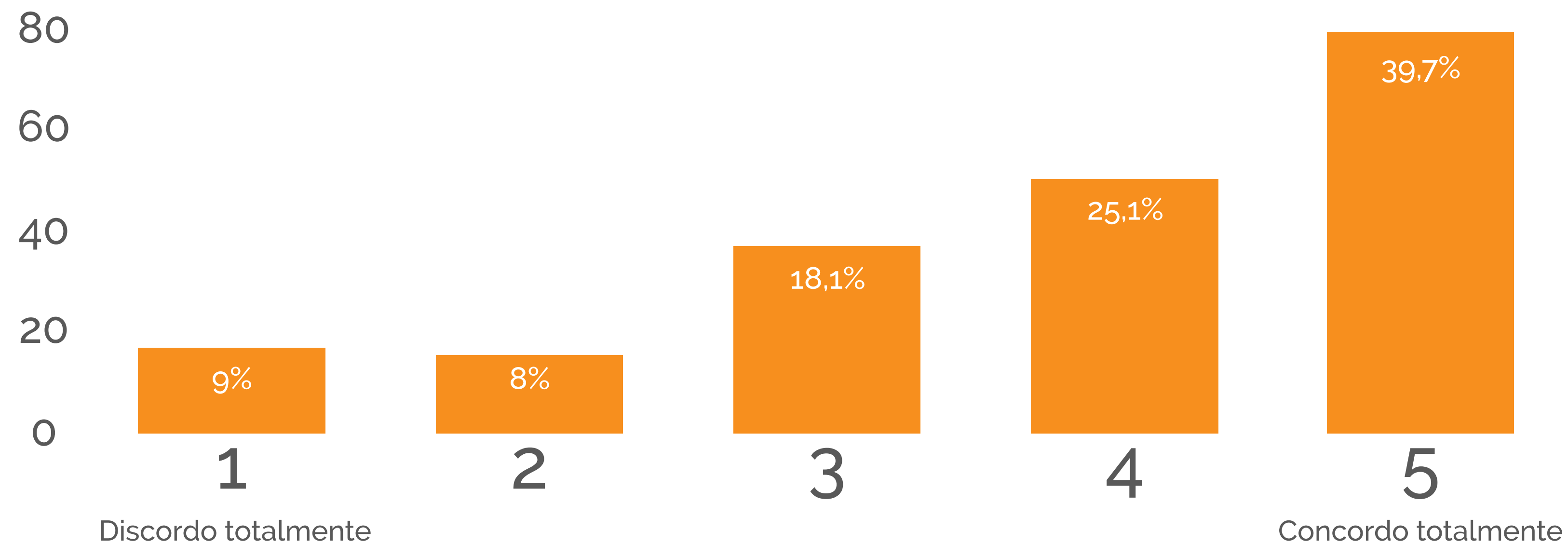
- Eu permaneci no mesmo emprego, mas tive mais trabalho.
- Eu perdi meu emprego.
- Eu permaneci no mesmo emprego, mas tenho menos trabalho.
- As coisas permaneceram relativamente iguais na minha rotina de trabalho.
- Eu permaneci no mesmo emprego, mas tive mudança de função ou redução de carga horária/salário.

Mais de **70%** dos respondentes tiveram seus empregos mantidos durante a pandemia e **45%** deles declararam ter tido mais trabalho.

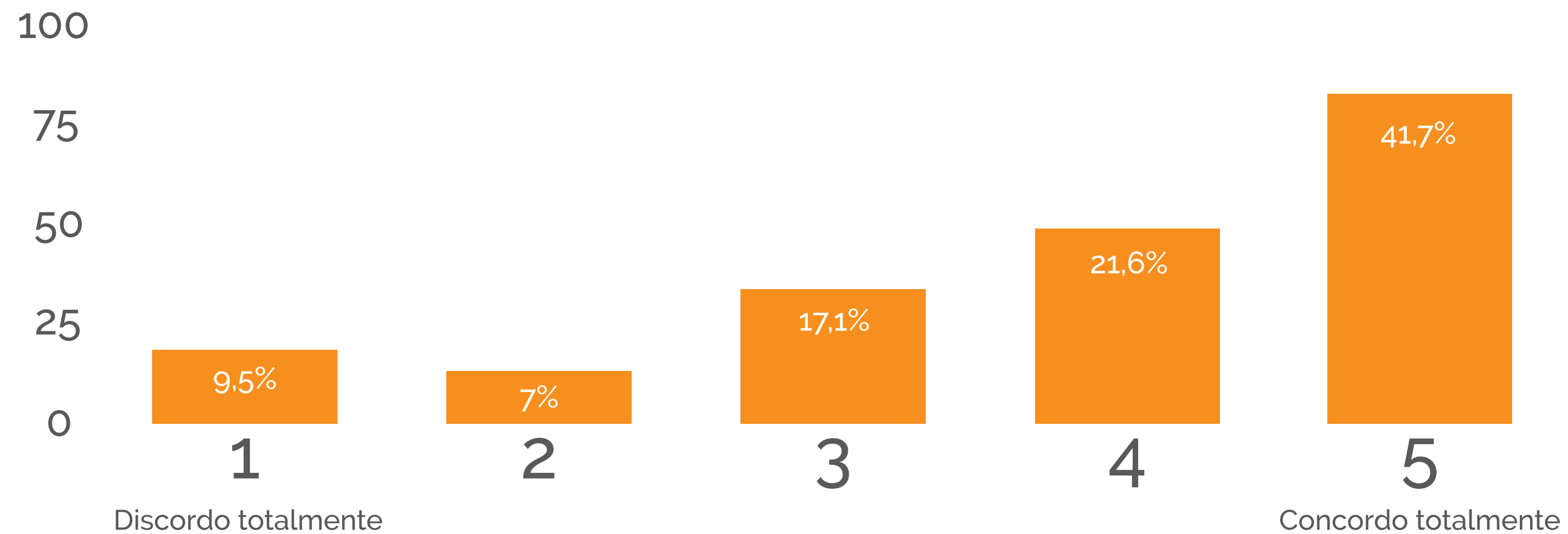
A liderança não está preparada para trabalhar o tema marca empregadora.
Isso ficou evidente com a falta de apoio na adaptação (necessária e urgente) dos processos das empresas.

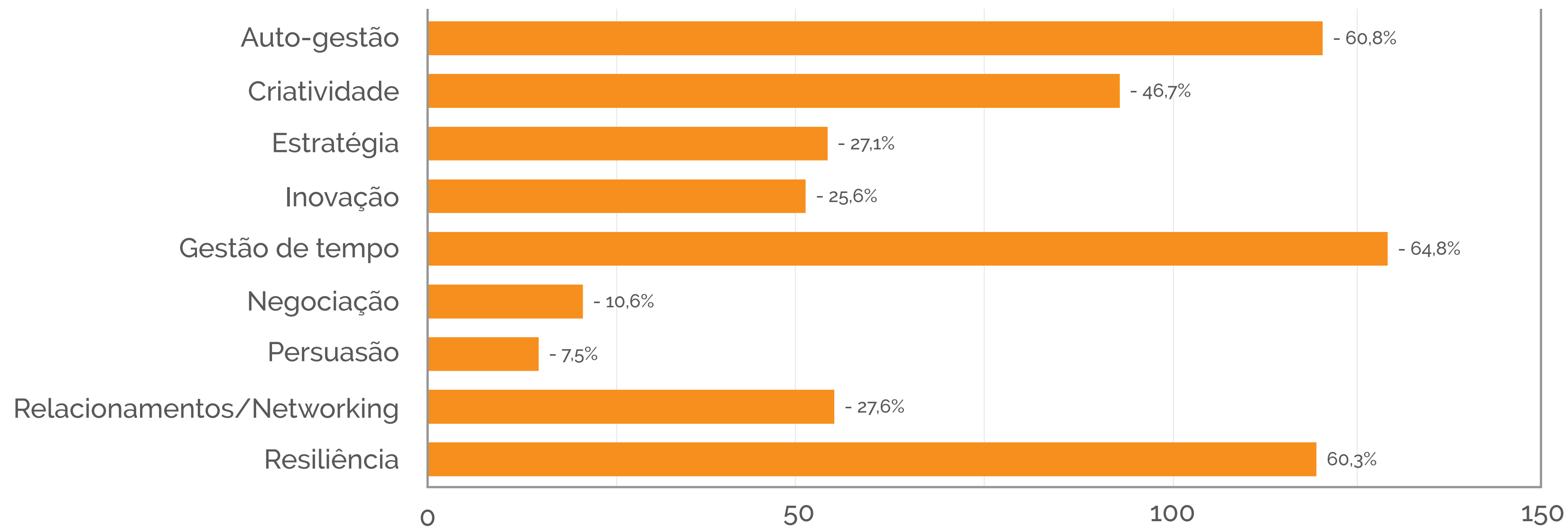
Caio Infante

Diretor Geral da TMP

Sinto-me apoiado(a) pela minha empresa para lidar com alguma mudança em minha função ou com o cenário da pandemia em si.

InfoJobs .com.br | Employer Branding .com.br

De modo geral, os respondentes sentiram-se apoiados pelas suas empresas para lidar com as mudanças de função ou cenários decorrentes da pandemia.

Sinto-me orgulhoso(a) do posicionamento da marca empregadora da minha empresa com os colaboradores durante a pandemia?

Assim como na pergunta sobre o apoio, os respondentes sentem orgulho frente ao posicionamento da marca empregadora de suas empresas com os colaboradores.

Como profissional, quais habilidades você acredita que precisou desenvolver durante a crise?

IMPACTOS DO

COVID -19 EM EMPLOYER BRANDING

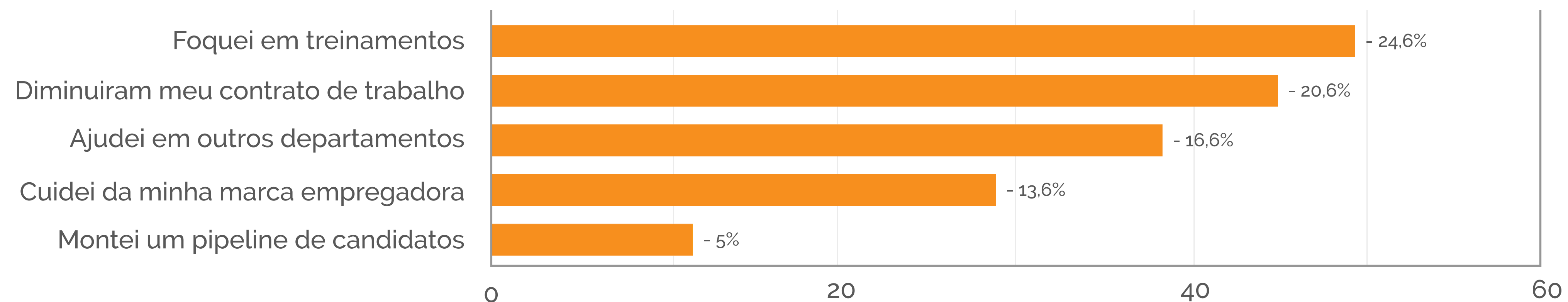
Segundo os respondentes, as **5 principais habilidades** desenvolvidas durante a crise foram:

- Gestão de Tempo
- Autogestão
- Resiliência
- Criatividade
- Relacionamento/Networking

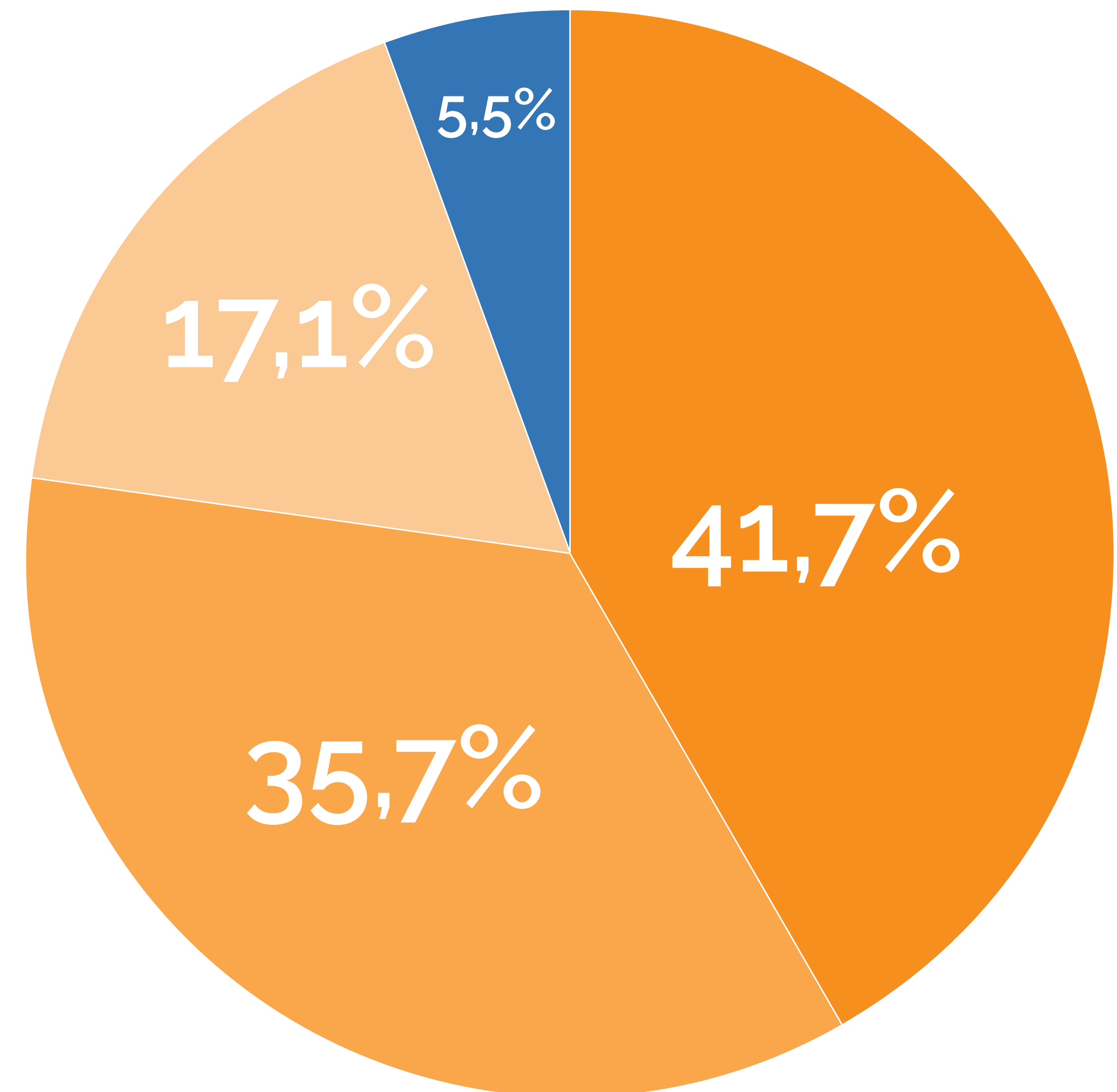
Uma marca é construída para enfrentar uma crise, não durante uma crise.
Isso muda completamente a reputação de uma empresa.

Suzie Clavery

Gerente de Employer Branding
do UnitedHealth Group

Se você tinha menos trabalho a fazer, como você preencheu seu tempo?

A maioria dos respondentes preencheram o tempo livre diante da baixa demanda com outras atividades, com treinamento **24,6%** e cuidado da marca empregadora **20,6%.**

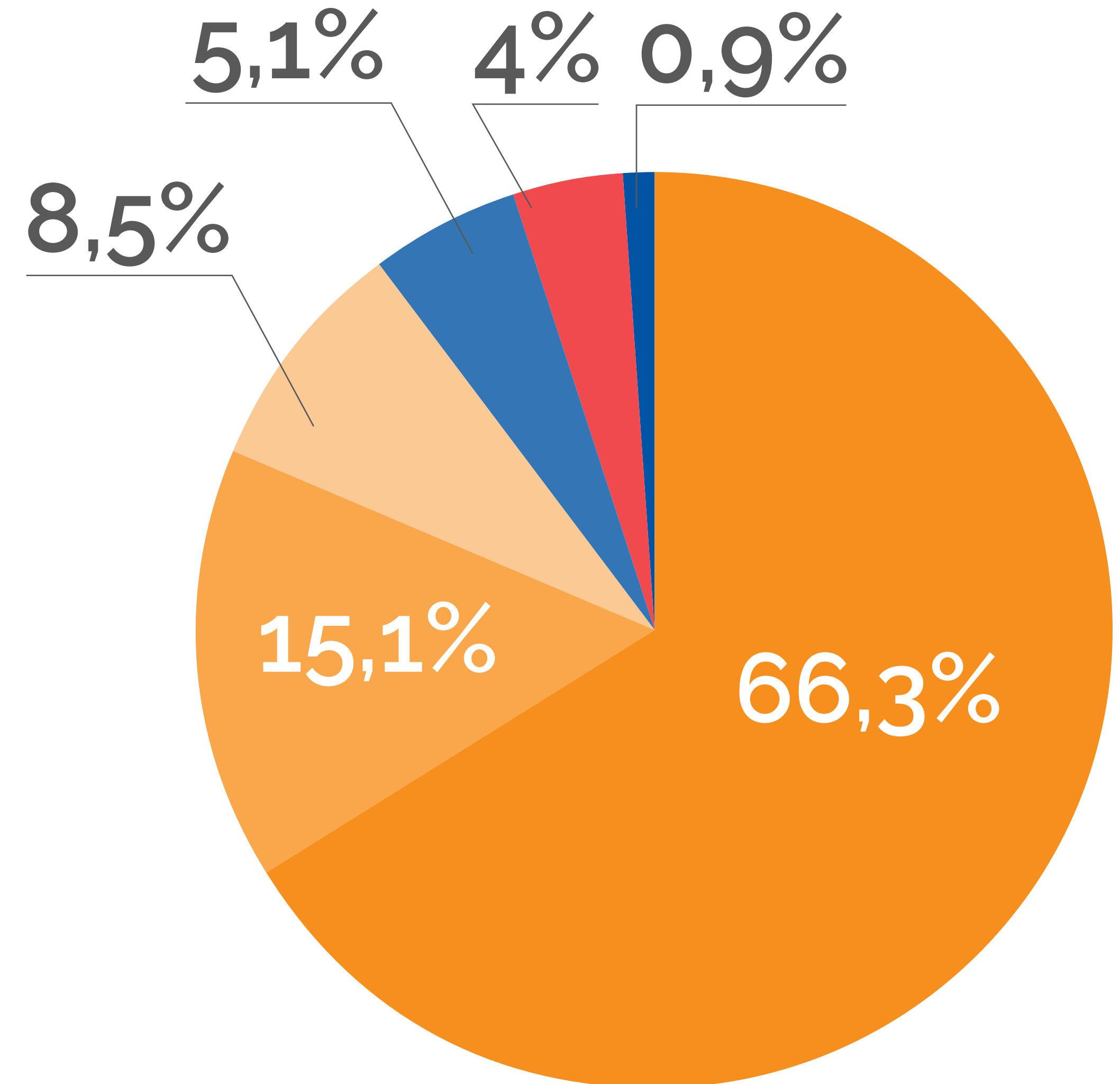
Sua empresa ajudou você em algum treinamento e desenvolvimento para se adaptar à sua nova realidade de trabalho?

- Não, eu tive que buscar informações por conta própria em comunidades, com colegas de outras empresas, etc.
- Sim, minha empresa fez sessões internas de treinamento.
- Sim, minha empresa forneceu ou sugeriu treinamentos externos.
- Não, eu fui desligado/a da minha empresa durante a pandemia

IMPACTOS DO

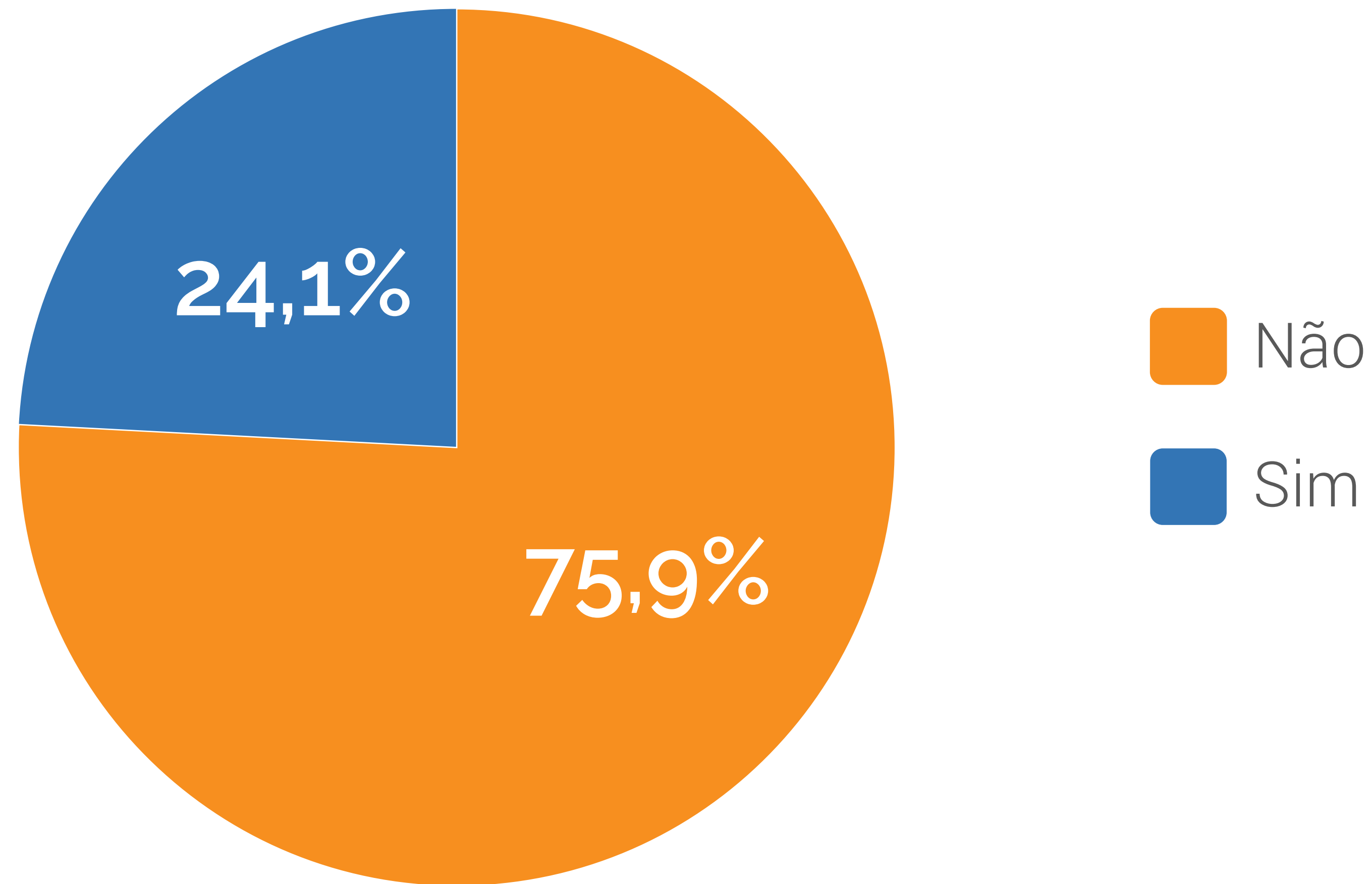
COVID -19 EM EMPLOYER BRANDING

Mais de **52% das empresas** avaliadas deram oportunidades aos colaboradores para desenvolver durante este período de pandemia.
Entretanto, estes dados demonstram também um número grande de pessoas que tiveram que buscar desenvolvimento por vontade própria.

Em algumas empresas o COVID-19 acelerou a digitalização e adoção de novas formas de trabalhar, como por exemplo o trabalho remoto. Como sua empresa foi impactada?

- Mudou muito, passamos a trabalhar 100% remotamente (home office).
- Mudou pouco, passamos a trabalhar parte presencial e parte remotamente.
- Nada mudou, continuamos a trabalhar remotamente (Já tinhamos home office).
- Fui desligado/a da minha empresa durante a pandemia.
- Não se aplica, já estava desempregado/a.
- Nada mudou, continuamos a trabalhar presencialmente.

Outro dado referente ao impacto da COVID-19 na marca empregadora é a abertura de novas formas de trabalhar.

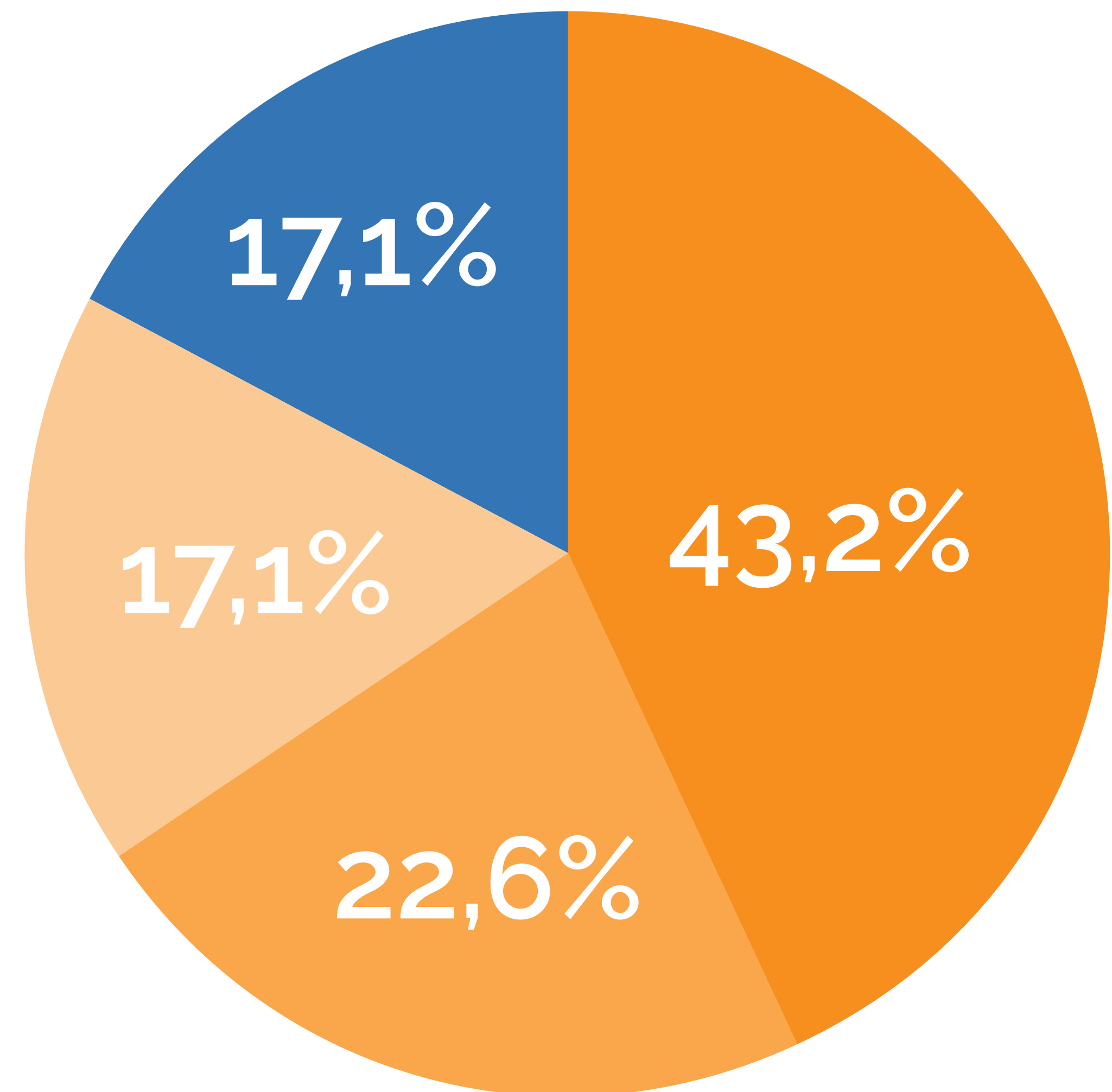
O home office foi adotado por mais de **70%** das empresas do mercado, mostrando a preocupação com o bem mais valioso de uma empresa, as pessoas.

Durante a pandemia sua empresa criou vagas exclusivamente para home office?

Whiny Fernandes

HR & Employer Branding Manage

Muitos gestores ainda sentem que precisam ver a cara dos colaboradores e candidatos, como se fosse uma maneira de controlar a produtividade e o processo. Ainda há uma longa jornada e aprendizado por vir.

Sua empresa continuou contratando durante a pandemia?

- Sim, mas em uma escala limitada para papéis essenciais.
- Sim, nossas contratações aumentaram.
- Não, enfrentamos congelamentos de contratações.
- Não, na verdade tivemos que demitir pessoas.

IMPACTOS DO

COVID -19 EM EMPLOYER BRANDING

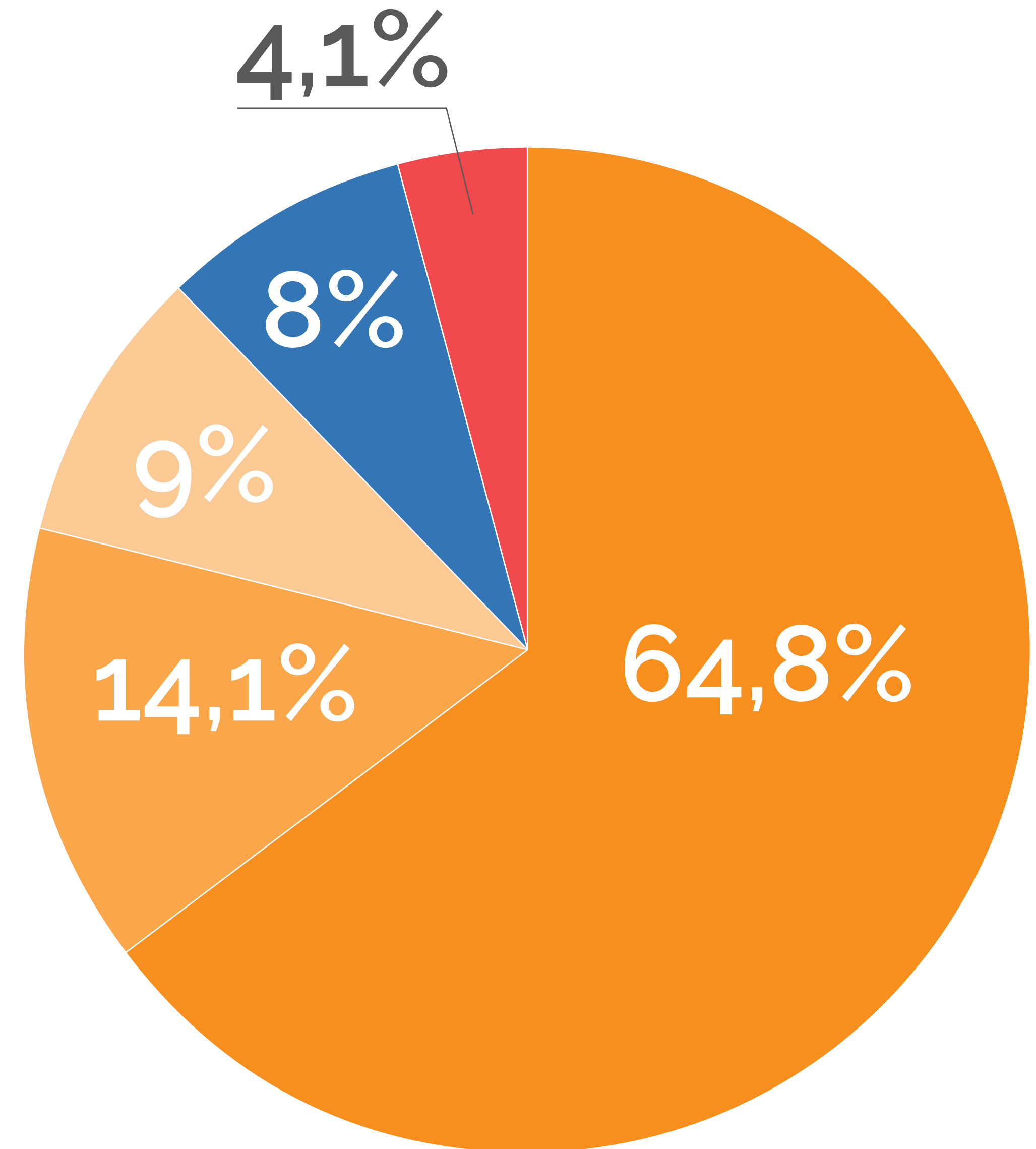
Os dados sobre contratações demonstram que ainda que a pandemia tenha afetado diretamente no RH, a maioria das empresas continuaram com seus processos seletivos.

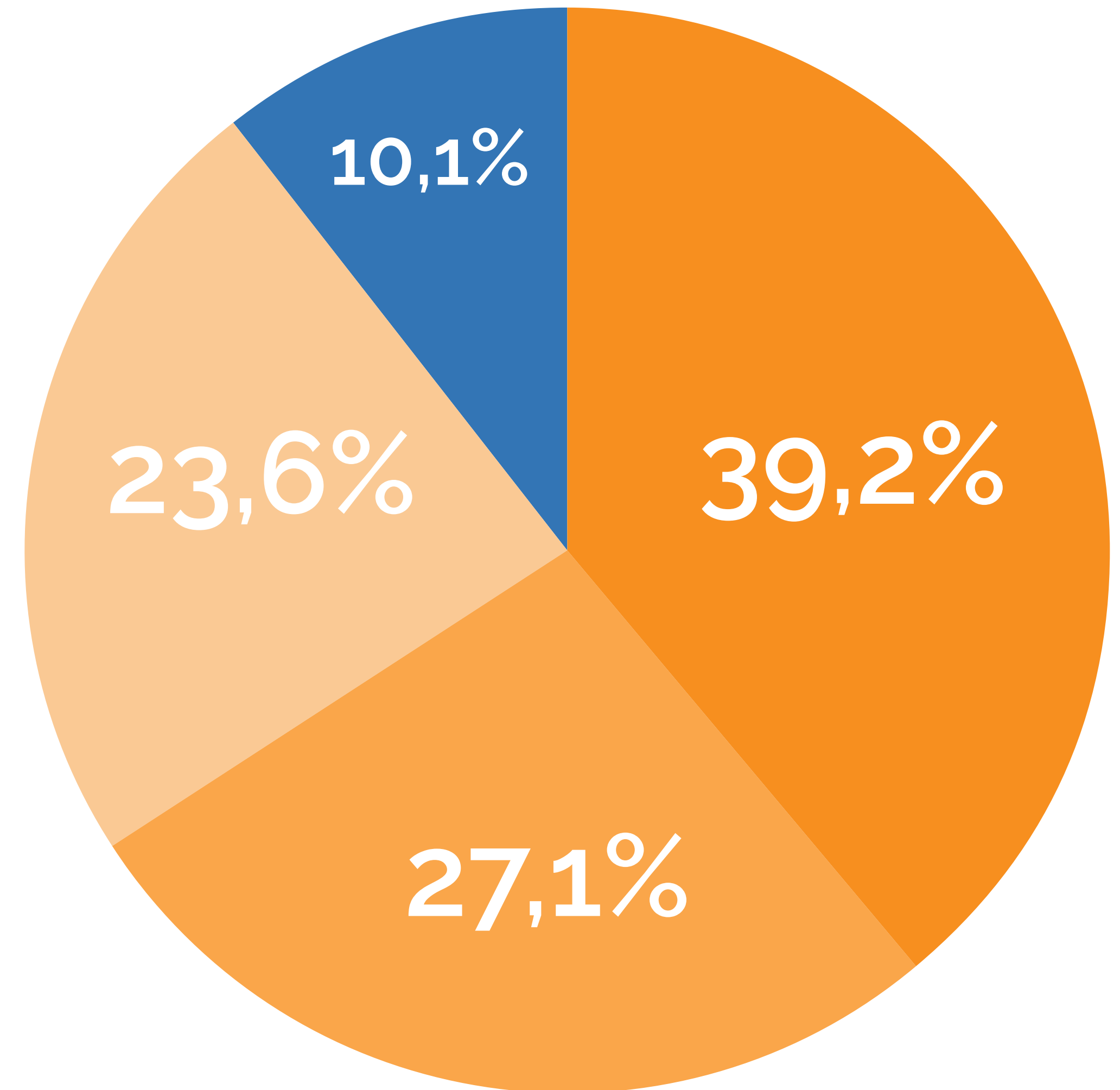
Ana Paula Prado

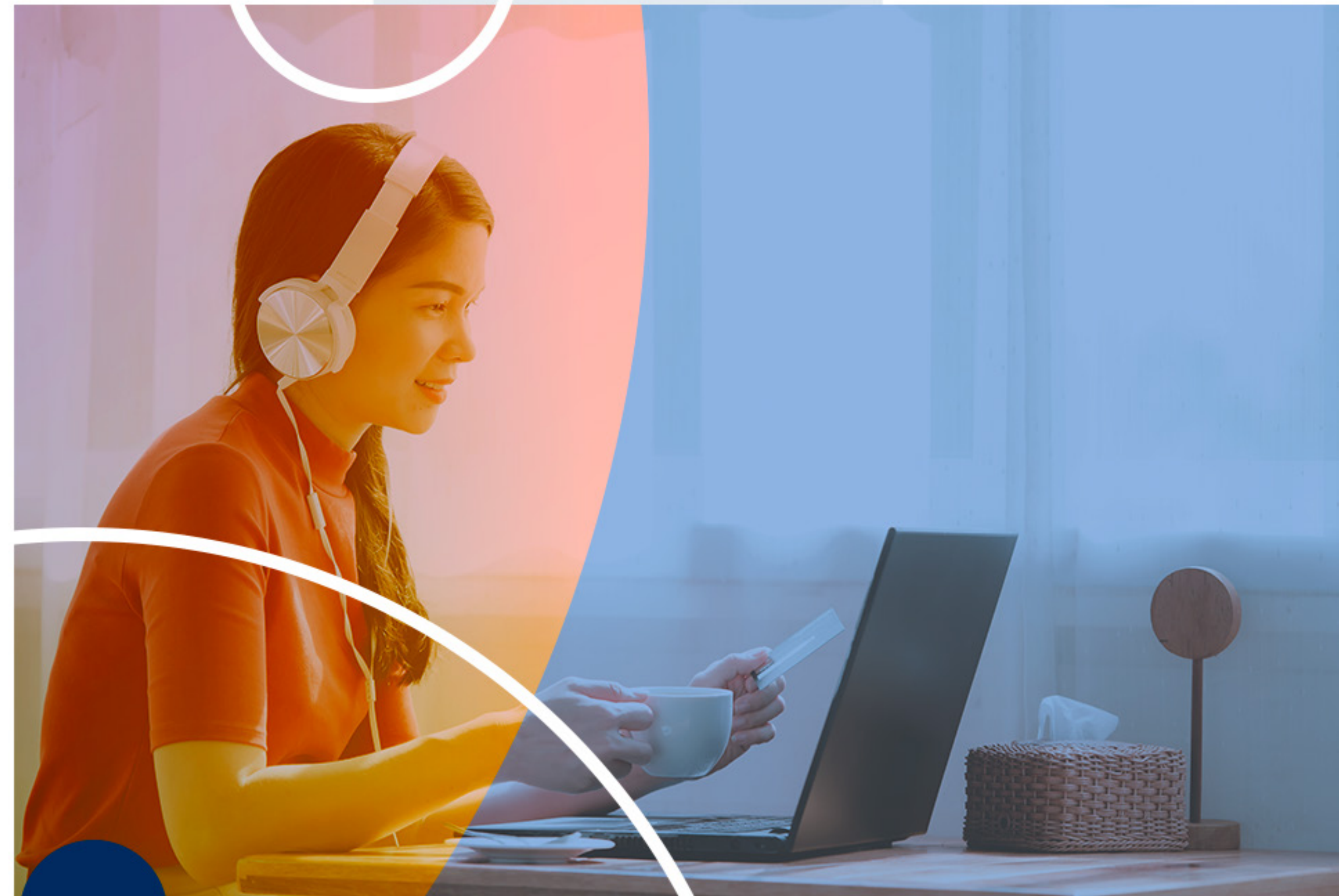
Country Manager do InfoJobs

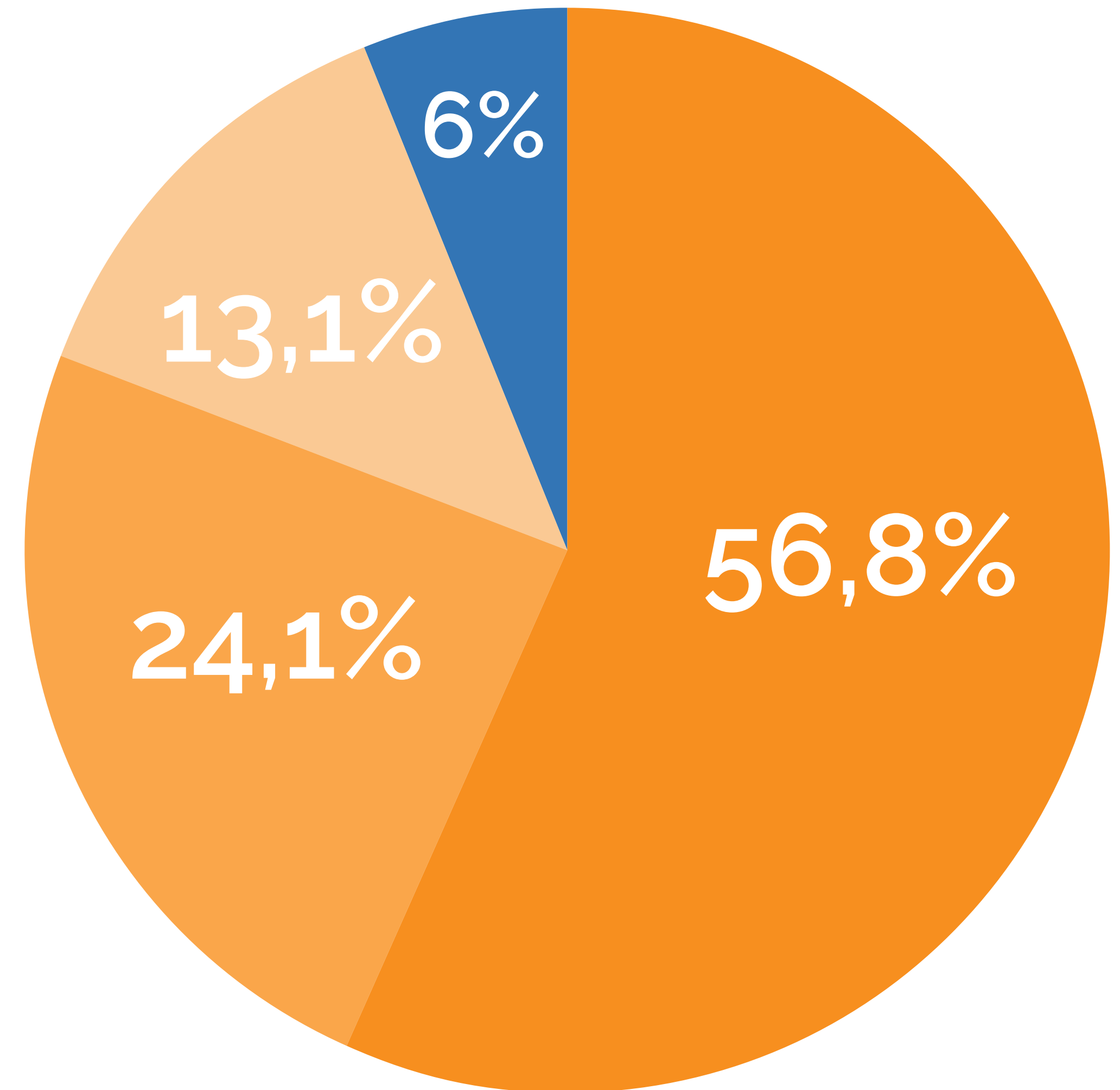
A reputação de uma marca empregadora vai além dos benefícios oferecidos aos funcionários, é necessário trabalhar na experiência do colaborador e dos candidatos.

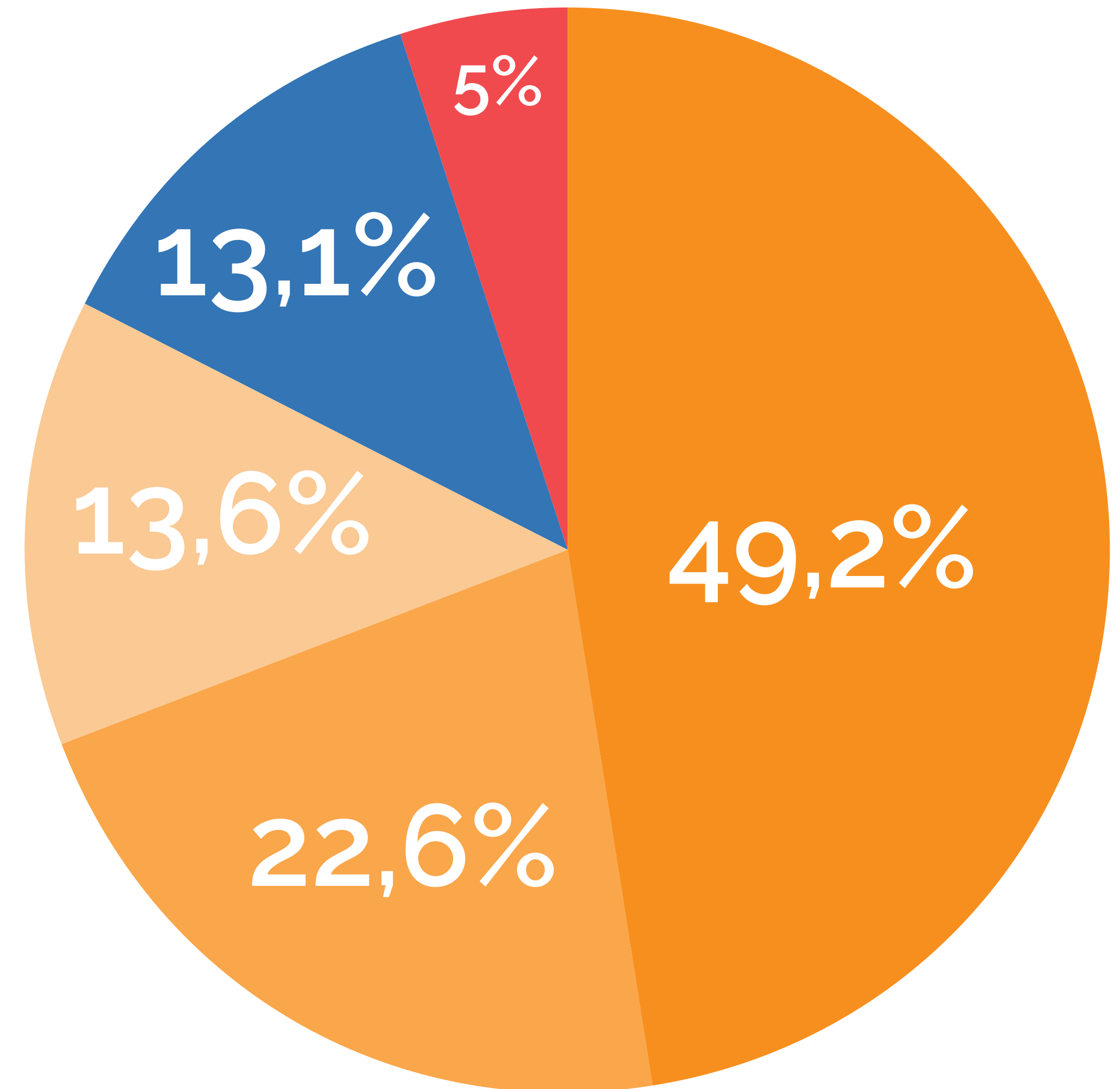
Na sua empresa, o seu processo de contratação foi capaz de se adaptar rapidamente à nova maneira de trabalhar?

- Sim, já tínhamos um processo seletivo parcialmente virtual, e não foi difícil se adaptar 100%.
- Não, até conseguimos nos adaptar, mas com dificuldades.
- Não, ainda não conseguimos nos adaptar aos processos seletivos virtuais.
- Sim, já tínhamos um processo seletivo totalmente virtual
- Não sei, fui desligada/o da minha empresa durante a pandemia.

Em relação ao processo seletivos você acredita que sua empresa conseguiu dar feedback aos candidatos durante a pandemia?

- Sim, em 100% dos casos, mas de maneira automática (e-mail ou atualização automática no perfil).
- Sim, em 100% dos casos e de maneira humanizada.
- Não, apenas para candidatos finalistas dos processos seletivos.
- Não foi possível dar feedback aos candidatos dos processos seletivos adequadamente.

Como uma das tendências de mercado,mais de **70%** das empresas já possuem processos seletivos virtuais, garantindo a digitalização do RH.

Este dado também contribui para o feedback aos candidatos durante o processo seletivo, onde mais de **60%** oferecem algum tipo de retorno aos candidatos.

O processo de Onboarding da sua empresa durante a pandemia:

- Foi online.
- Foi misto, parte presencial e parte online.
- Não houve contratações durante a pandemia.
- Foi presencial.

Em relação a qualidade do seu processo de Onboarding durante a pandemia:

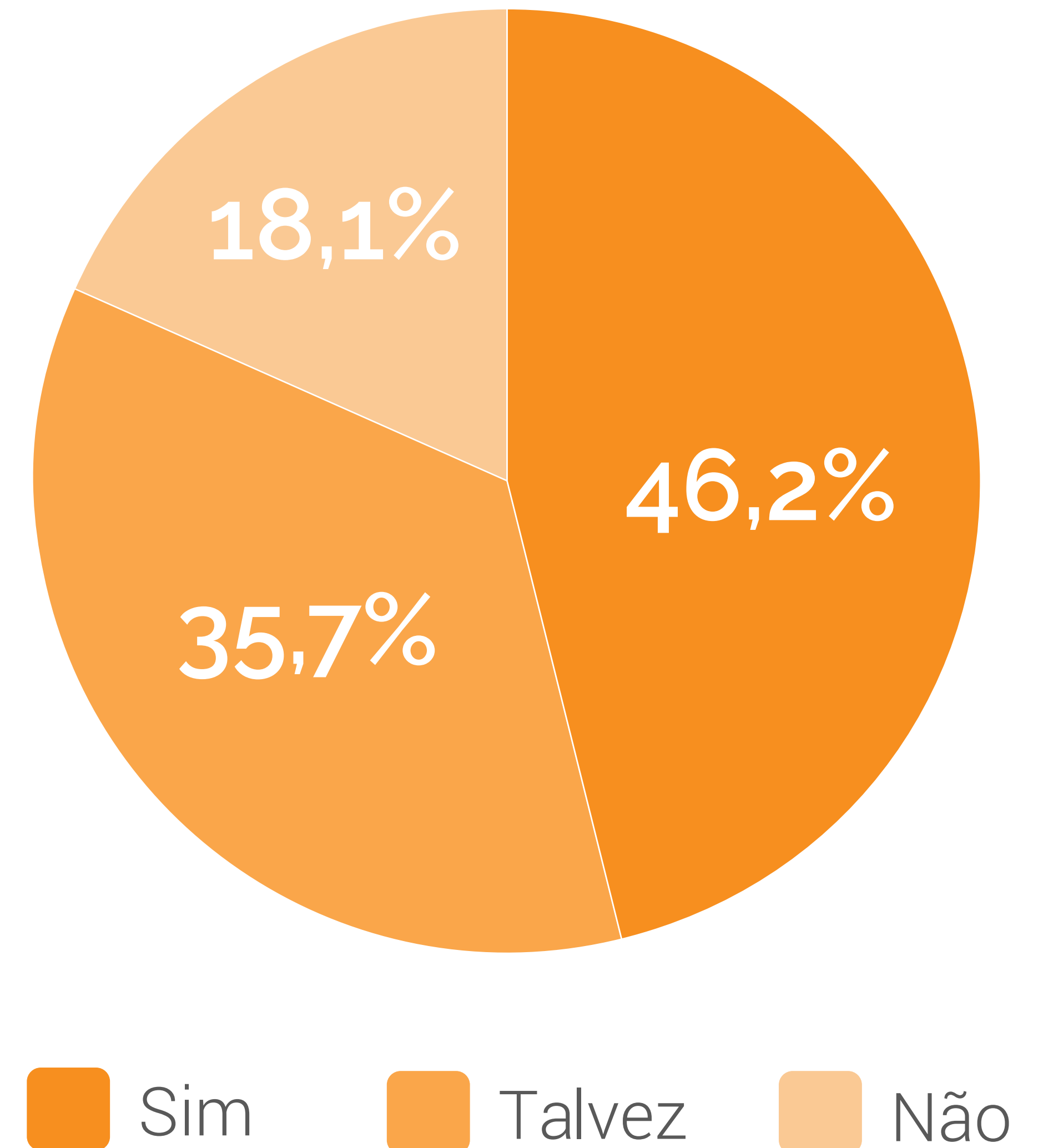
- Foram realizadas adaptações para que o processo fosse realizado online e estamos satisfeitos com o formato.
- Foram realizadas adaptações para que o processo fosse realizado online, mas poderia ter melhorias.
- Não houve contratações durante a pandemia.
- Foi mantido como era, sem alterações.
- As pessoas estão em casa, esperando a volta para o escritório.

IMPACTOS DO

COVID -19 EM EMPLOYER BRANDING

Diante da pandemia, as adaptações nos processo de onboarding também foram positivas, gerando novas possibilidade para o RH e automatizando processos.
Assim, mais de **56%** já utilizam o onboarding de forma **100%** digital e mais de **60%** dos entrevistados estão satisfeitos com os resultados obtidos.

InfoJobs .com.br | Employer Branding .com.br

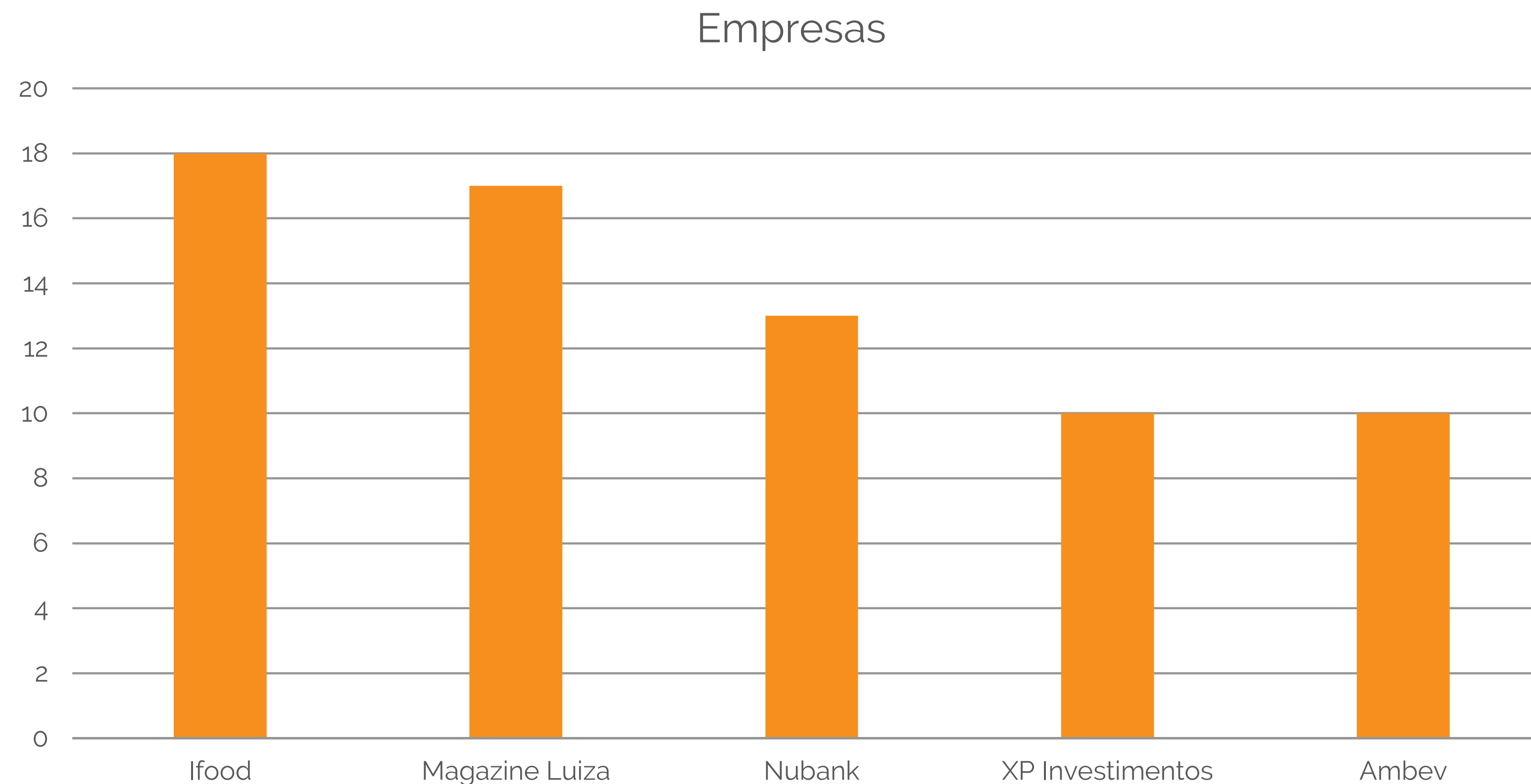
Quais são as três coisas que você gostaria que seus candidatos e colaboradores falassem sobre a sua marca empregadora durante a pandemia?

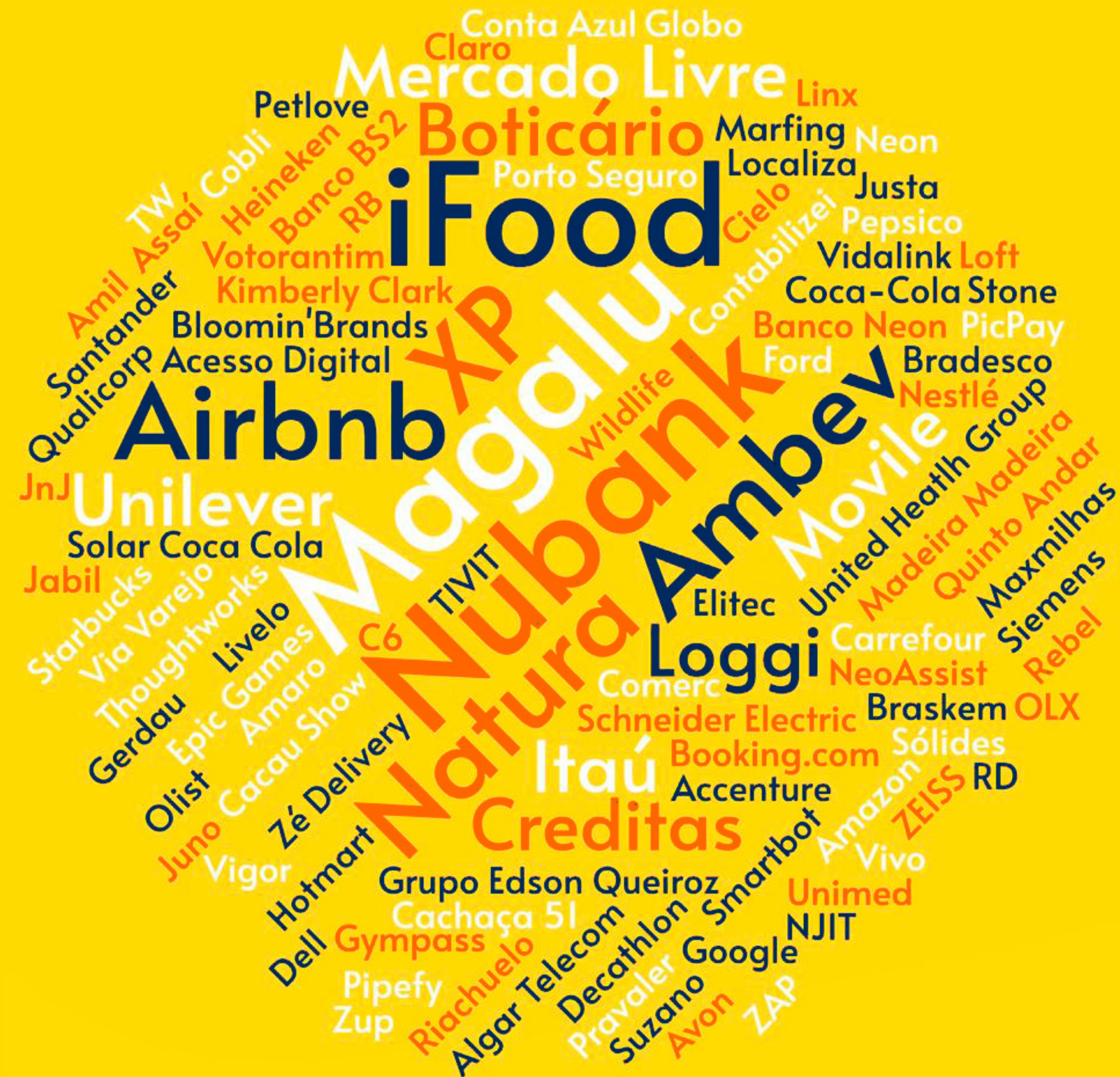
Com base nas respostas das perguntas anteriores, você acredita que seus candidatos e colaboradores estão falando para amigos, colegas e nas redes sociais, aquilo que você gostaria que eles falassem?

Palavras como cuidado, segurança e respeito foram as mais citadas, demonstrando que a pandemia impactou diretamente em como as empresas desejam que a marca empregadora seja vista por candidatos e colaboradores.

Porém, somente **35%** destes profissionais têm certeza de que sua empresa é reconhecida por estes atributos.

Quais empresas, na sua opinião, você considera que se sobressaíram como marcas empregadoras durante a pandemia?

Leve em consideração o posicionamento de marca no mercado nesse momento, as experiências de candidatos e colaboradores, além da coerência entre discurso e prática.

Top 5 de empresas mais admiradas:

- Ifood
- Magazine Luiza
- Nubank
- XP Investimentos
- Ambev

InfoJobs .com.br | Employer Branding .com.br

IMPACTOS DO

COVID -19 EM EMPLOYER BRANDING

Por fim, podemos ver quais empresas foram mais lembradas por sobressaírem como marca empregadora nesta pandemia. Tendo destaque para as empresas que atuam de forma estratégica e digital.

Quer saber mais como fortalecer sua marca empregadora? Baixe agora mesmo o **Kit Employer Branding do InfoJobs** e veja como transformar as ações do seu RH.

BAIXE AGORA

Sobre o InfoJobs

O InfoJobs é o jobsite líder no Brasil com mais de 39 milhões de candidatos cadastrados de todos os perfis no banco de talentos e mais de 18 mil empresas que confiam e anunciam.

Há mais de 16 anos no mercado nosso propósito é ajudar as pessoas a conseguirem o emprego dos seus sonhos, e as empresas encontrarem os candidatos ideias com soluções digitais e inovadoras.

Com tecnologia avançada para gerir os processos seletivos e agregar tecnologia ao RH, o InfoJobs desenvolveu o PandaPé, ATS que digitaliza, humaniza e agiliza os processos de Recrutamento e Seleção da sua empresa.

A marca InfoJobs pertence ao Grupo RedArbor, a holding líder em sites de empregos online na América Latina e 3º maior grupo do mundo.

SAIBA MAIS SOBRE O INFOJOBS

Sobre o Employer Branding Brasil

InfoJobs .com.br | Employer Branding .com.br

O Employer Branding Brasil é uma iniciativa de pessoas apaixonadas pela gestão estratégica de marca empregadora. Acreditamos que a reputação de uma marca tem forte influência na vida e na experiência das pessoas.

Nosso objetivo é ajudar empresas e profissionais a se desenvolverem na gestão de marca empregadora aliada aos objetivos de negócios, proporcionando experiências positivas.

Reunimos pessoas interessadas em temas relacionados a Employer Branding, Employee Experience e estratégias de atração de talentos.

Conheça os fundadores do Employer Branding Brasil

Caio Infante

Whiny Fernandes

Suzie Clavery

SAIBA MAIS SOBRE O EMPLOYER BRANDING BRASIL